

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра медиалогии и веб-журналистики

Гурская
Яна Вячеславовна

**Адаптивная модель интернет-маркетинга на примере городских
проектов Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru**

Дипломная работа

Научный руководитель –
старший преподаватель
АСФУРА Андрей Ибрагимович

Допущена к защите «___» _____ 2015 г.
Зав. кафедрой медиалогии и веб-журналистики,
кандидат филологических наук, доцент В.П. Воробьев

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Объем дипломной работы составляет 54 страниц. Количество использованных источников – 37.

Ключевые слова: ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ, АДАПТИВНАЯ МОДЕЛЬ, ГОРОДСКОЙ ПРОЕКТ, CITYDOG.BY, THE VILLAGE, БОЛЬШОЙ ГОРОД.

В дипломной работе с помощью детального изучения городских проектов «CityDog.by», «The Village», «Большой город» раскрывается специфика и характерные особенности адаптивных моделей интернет-маркетинга.

Цель исследования – выявить особенности построения и применения адаптивной модели интернет-маркетинга в городских проектах (на примере Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- изучить понятие и сущность стратегии в интернет-маркетинге;
- изучить понятия сегментирования и позиционирования проекта на интернет-рынке;
- рассмотреть ключевые свойства и элементы адаптивной модели интернет-маркетинга;
- проанализировать построение адаптивной модели интернет-СМИ на примере белорусских и российских проектов;
- провести сравнительный анализ адаптивных моделей интернет-маркетинга городских проектов (на примере Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru);
- выявить перспективы развития адаптивной модели интернет-маркетинга (на примере Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Предметом исследования стали особенности построения и применения адаптивной модели интернет-маркетинга городских веб-проектов (на примере Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Объект исследования – интернет-маркетинг городских проектов (на примере Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Новизна исследования состоит в том, что адаптивная модель интернет-маркетинга веб-проектов практически недостаточно изучена.

РЭФЕРАТ

Аб'ём дыпломнай працы складае 54 старонак. Колькасць выкарыстаных крыніц – 37.

Ключавыя словы: ІНТЭРНЭТ-МАРКЕТЫНГ, АДАПТЫЎНАЯ МАДЭЛЬ, ГАРАДСКІ ПРАЕКТ, CITYDOG.BY, THE VILLAGE, БОЛЬШОЙ ГОРОД.

У дыпломнай працы з дапамогай дэталёвага вывучэння гарадскіх праектаў «Citydog.by», «The Village», «Большой город» раскрываецца спецыфіка і характэрныя асаблівасці адаптыўных мадэляў інтэрнэт-маркетынгу.

Мэта даследавання - выявіць асаблівасці пабудовы і прымянення адаптыўнай мадэлі інтэрнэт-маркетынгу ў гарадскіх праектах (на прыкладзе Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Для дасягнення мэты пастаўлены наступныя задачы:

- даследваць паняцце і сутнасць стратэгіі ў інтэрнэт-маркетынгу;
- даследваць паняцці сегментавання і пазіцыянавання праекту на інтэрнэт-рынку;
- разгледзець ключавыя ўласцівасці і элементы адаптыўнай мадэлі інтэрнэт-маркетынгу;
- прааналізаваць пабудову адаптыўнай мадэлі інтэрнэт-СМІ на прыкладзе беларускіх і расійскіх праектаў;
- правесці параўнальны аналіз адаптыўных мадэляў інтэрнэт-маркетынгу гарадскіх праектаў (на прыкладзе Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru);
- выявіць перспектывы развіцця адаптыўнай мадэлі інтэрнэт-маркетынгу (на прыкладзе Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Прадметам даследавання з'яўляюцца асаблівасці пабудовы і прымянення адаптыўнай мадэлі інтэрнэт-маркетынгу гарадскіх вэб-праектаў (на прыкладзе Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Аб'ект даследавання – інтэрнэт-маркетынг гарадскіх праектаў (на прыкладзе Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Навізна даследавання складаецца ў тым, што адаптыўная мадэль інтэрнэт-маркетынгу вэб-праектаў на практыцы недастаткова вывучана.

THESIS SUMMARY

The thesis consists of 54 pages. 37 sources have been used.

Key words: INTERNET MARKETING, ADAPTIV MODEL, URBAN PROJECTS, CITYDOG.BY, THE VILLAGE, BOLSHOY GOROD.

In the research work, the specificity and characteristics of adaptive models of internet marketing reveal were opened up through detailed study and analysis of city projects «CityDog.by», «The Village», «Bolshoy gorod».

The main purpose of the diploma work is to determine the special features of construction and application of adaptive model of internet marketing in city projects (on the example of Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

For realizing achievement of the purpose we have to:

- study concept and essence of strategy of internet marketing;
- study the definition of segmentation and positioning of the project on the Internet market;
- consider key properties and elements of adaptive model of internet marketing;
- analyze the creation process of building the adaptive model of internet mass-media on the example of the Belarusian and Russian projects;
- carry out the comparative analysis of adaptive models of internet marketing of city projects (on the example of Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru);
- determine the prospects of development of adaptive model of internet marketing (on the example of Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Features of construction and application of adaptive model of internet marketing of city web-projects (on the example of Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru) became an object of research.

The subject of diploma research – the methods of internet marketing in city projects (on the example of Citydog.by, The-village.ru, Bg.ru).

Novelty of diploma research depends on fact that the adaptive model of internet projects is almost unstudied sphere of science.